**MOTIVASI KHALAYAK PENDENGAR SIARAN "ZAO AN SISHUI"
DI GLOBAL RADIO FM SURABAYA**

泗水 GLOBAL FM 广播电台 "早安泗水" 听众的动机

Chris Tianto Ilham

Program Studi Bahasa Mandarin Universitas Kristen Petra,

Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

E-mail: christiantoilham94@gmail.com

ABSTRAK

Global Radio FM adalah stasiun radio yang menyiarkan siaran Bahasa Mandarin serta mulai banyak diminati oleh masyarakat Tionghoa di Surabaya dan sekitarnya. Salah satu program radio Global Radio FM di Surabaya adalah "Zao An Sishui". Siaran "Zao An Sishui" sudah mengudara sejak tahun 2005 dan sampai saat ini masih mengudara. Program siaran "Zao An Sishui" menjadi salah satu siaran favorit bagi para khalayak pendengar Global Radio FM Surabaya. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana karakteristik khalayak pendengar dan motivasi khalayak pendengar siaran radio "Zao An Sishui" di Global Radio FM Surabaya. Melalui wawancara dengan para responden, didapatkan bahwa karakteristik khalayak pendengar siaran ini adalah orang-orang yang ingin mencari hiburan baru, ingin mengikuti perkembangan zaman, dan ingin bersosialisasi serta ikut berbaur dengan sesama. Motivasi pendengar lebih bersifat instrumental, berhubungan dengan manfaat yang mereka dapatkan dari siaran "Zao An Sishui", antara lain seperti mendapatkan pengetahuan baru tentang lagu-lagu Mandarin yang sedang booming saat ini, info kesehatan yang terkini seperti tentang kasus Covid yang terjadi di Indonesia sekarang, dan menambah kosakata Bahasa Mandarin mereka.

Kata kunci: Siaran "Zao An Si Shui", Global Radio FM, motivasi khalayak pendengar, karakteristik khalayak pendengar siaran radio.

摘要

Global 广播是一个中文广播电台，泗水和附近印尼华人开始喜欢听的。“早安泗水”是 Global 广播电台的节目之一，从 2005 年开始广播一直坚持到现在。“早安泗水”广播节目是泗水 Global 广播听众最喜欢的节目之一。本研究想知道 Global 广播电台的听众有什么样的特点，以及听众收听“早安泗水”广播的动机如何。通过访谈，可以知道“早安泗水”听众的特点是：想要享受新的娱乐、想与时俱进、以及喜欢跟其他人交流的人。他们的动机基本上是工具性的：听“早安泗水”能得到关于中文歌曲，健康资讯新的知识，也能学习中文的词汇。

关键词: "早安泗水"广播, Global 广播电台, 听众动机, 广播听众的特点

PENDAHULUAN

Perkembangan radio saat ini dapat dilihat dari banyaknya siaran radio dalam berbagai bahasa, misalnya bahasa Indonesia dan bahasa Mandarin. Dengan adanya perkembangan dalam bahasa maka pendengar siaran radio juga semakin beragam. Selain berkembang dalam hal bahasa, siaran radio juga berkembang di teknik penyiarannya. Yaitu seperti adanya *streaming* yang dapat memudahkan setiap orang untuk mendengarkan siaran radio yang mereka sukai melalui internet. Sekarang dengan adanya *streaming* kita dapat mendengarkan radio dari berbagai kota yang kita inginkan. Seperti halnya di Surabaya, penyiaran radio berbahasa Mandarin sangat diminati oleh banyak orang, termasuk orang tua yang suka bahasa Mandarin. Beberapa stasiun radio dengan siaran berbahasa Mandarin di Indonesia adalah radio Cakrawala FM di Jakarta dan Global Radio FM di Surabaya. Radio Cakrawala adalah stasiun radio Mandarin yang berada di pusat perdagangan dan bisnis di kota Jakarta, radio ini menyiarkan lagu-lagu Mandarin bagi para khalayaknya (situs Radio Cakrawala FM). Sedangkan Global Radio FM adalah stasiun radio yang menyiarkan siaran bahasa Mandarin dan mulai banyak diminati oleh masyarakat Tionghoa Surabaya dan sekitarnya. Salah satu program radio Global Radio FM di Surabaya adalah "*Zao An Sishui*". Siaran "*Zao An Sishui*" sudah mengudara sejak tahun 2005 dan sampai saat ini masih mengudara. Program siaran "*Zao An Sishui*" menjadi salah satu siaran favorit bagi para pendengar Global Radio FM Surabaya sampai sekarang. (sejarah Global Radio). Dari pengamatan penulis, khalayak pendengar "*Zao An Sishui*" kebanyakan berusia 50 tahun keatas dan sebagian di antara mereka tidak dapat berbahasa Mandarin. Penyiaran bahasa Mandarin ini dapat membantu khalayak untuk dapat mengenal lagi budaya Tiongkok dan mempelajari kosakata-kosakata yang baru yang belum pernah mereka dapatkan sebelumnya, seperti yang dikatakan oleh Zulianty (2009), bahwa siaran radio dapat berfungsi untuk turut memajukan bahasa Mandarin dan kebudayaan Tionghoa. Maka penulis tertarik untuk meneliti karakteristik dan motivasi pendengar siaran radio "*Zao An Sishui*" di Global Radio FM Surabaya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bermaksud untuk mengkaji karakteristik dan motivasi khalayak khusus pendengar siaran radio "*Zao An Sishui*" di Global Radio FM Surabaya. Untuk maksud tersebut penulis ingin menjawab beberapa masalah yang akan menjadi bahan penelitian yaitu :

1. Bagaimana karakteristik khalayak pendengar siaran "*Zao An Sishui*" ?
2. Mengapa khalayak pendengar meminati siaran "*Zao An Sishui*" ?

KAJIAN PUSTAKA

Sub Kajian Pustaka

Program Radio

Menurut M.Romli (2009), “program radio disesuaikan dengan keinginan, kemauan, dan minat khalayaknya yang digabungkan dengan visi dan misi dari stasiun radio”. Menurut Morissan (2005), program radio terdiri atas dua jenis, yaitu music dan informasi, lalu kedua program ini dikemas setara dengan komposisi yang seimbang dalam bentuk siaran dengan tujuan untuk keperluan khalayaknya. Program radionya bisa berupa informasi, hiburan, berita radio, jingle radio, *talkshow*, dan sebagainya. Pada dasarnya, penyiaran radio memerlukan kemampuan dan keterampilan dalam memproduksi program yang menarik untuk didengar (dalam Wijaya, 2007). Karena media penyiaran memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan-pesan yang berupa informasi, hiburan, pendidikan, dan pengawasan yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan karakteristik khalayak (Zulianty, 2009). Media massa juga mempengaruhi perubahan perilaku khalayak..

Audiens

Audiens adalah sekumpulan orang yang muncul baik karena masyarakat, maupun karena media beserta isinya. Pandangan pertama, yaitu audiens muncul karena masyarakat, berarti masyarakat yang mendorong media untuk membuat sebuah konten yang menarik masyarakat untuk mendengarkan konten yang mereka sajikan. Sedangkan pandangan kedua, yaitu audiens muncul karena media, berarti mereka sering kali hadir karena munculnya teknologi baru (seperti penemuan film, radio, atau televisi) atau karena adanya media lain yang menarik perhatian mereka, seperti majalah atau stasiun radio baru. Oleh sebab itu media harus peka terhadap kebutuhan yang muncul tiba-tiba dari audiens, ataupun kebutuhan potensial dari audiens yang belum kelihatan. Karena formasi dari audiens terus berubah, maka perbedaan kedua jenis kebutuhan ini menjadi tidak kelihatan lagi. Kebutuhan yang diciptakan oleh media menjadi tidak dapat dibedakan dengan kebutuhan “spontan” yang timbul dari audiens, atau bahkan keduanya telah menyatu. Namun, teori yang membedakan (1) kebutuhan yang diciptakan oleh penerima, serta (2) kebutuhan yang diciptakan oleh pengirim, tetaplah berguna untuk memetakan versi-versi audiens yang berbeda-beda. Perbedaan antara kebutuhan yang diciptakan oleh masyarakat, dan kebutuhan yang diciptakan oleh media, juga perbedaan tingkat proses tersebut beroperasi, yaitu tingkat makro dan mikro.(McQuail, 2009)

Tabel 1. Sumber Audiens Micro dan Macro

		Sumber	
		Masyarakat	Media
Level	Micro	Grup Sosial atau Public	Audiens menengah
	Macro	Set Gratifikasi	Audiens Channel atau konten

Audiens sebagai Kelompok atau Publik

Audiens sebagai kelompok atau publik berarti para audiens memiliki karakteristik-karakteristik yang sama, relatif homogen, dan komposisinya stabil, sehingga mereka dapat membentuk sebuah kelompok. Media dengan haluan politik

tertentu, cenderung mempunyai kelompok audiens yang memiliki haluan politik yang sama. Kesamaan karakteristik inilah yang membentuk audiens itu menjadi sebuah kelompok. Sehingga media baru dapat membuka peluang untuk membentuk khalayak yang sangat kecil dan memiliki banyak tujuan serta identitas yang berbeda bagi kelompok audiens, guna mewujudkan permintaan audiens di pasar media (McQuail, 2009).

Set Gratifikasi sebagai Audiens

Kata 'set' di sini menunjukkan bahwa audiens di sini umumnya kumpulan dari individu-individu yang tersebar, tanpa ikatan tertentu. Apa bila audiens sebagai 'publik' seringkali memiliki kebutuhan dan minat yang bermacam-macam, dan menjadi satu kesatuan karena karakteristik sosial yang sama, maka 'set gratifikasi' dikenal lewat kebutuhan tertentu atau jenis kebutuhan tertentu. melalui set-set pembaca/pemirsa/pendengar yang dihasilkan dari suplai yang sangat terdiferensiasi dan 'dikustomisasi' tidak mungkin memiliki rasa identitas kolektif, meskipun ada beberapa karakteristik sosial-demografis yang sama (McQuail, 2009).

Audiens Medium

Audiens medium dapat memilih jenis media tertentu, seperti "audiens televisi". Audiens yang seperti ini biasanya disebut sebagai pengguna media yang bersangkutan. Media harus menentukan penggemar barunya atau konsumennya dengan cara perpindahan ke 'media baru' seperti: internet atau multimedia. Tidaklah sulit untuk mengajak sekelompok orang untuk mengikuti cara ini. Hanya saja karakteristik dari audiens itu yang sering kali dianggap tidak tepat karena menurut teori sosial demografis, tipe audiens ini sama dengan tipe 'audiens massa'. Sebab audiens massa sering diidentikkan dengan suatu kelompok orang yang berjumlah banyak, atau besar, dan heterogen, penyebarannya lemah dalam organisasi serta komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak beraturan, dimana massa tidak memiliki eksistensi yang berkelanjutan, dan menurut Weedon(2004), identitas, dari audiens itu merupakan sebuah komposisi yang rumit. Sedangkan etnis adalah perspektif yang jelas dan penting dari sebuah identitas, seperti suku, ras, agama. Mungkin hal ini dirasakan sangat berlebihan atau mungkin dianggap kurang penting bagi setiap individu, atau mungkin menjadi signifikan oleh keadaan sosial eksternal. Dalam hal ini pemikiran audiens yang ingin memperoleh perhatian penuh dapat memanipulasi orang-orang di sekitarnya sebanyak mungkin. Keinginan-keinginan itulah yang dapat menyebabkan munculnya sebuah individu untuk mencari kepuasan sejumlah keinginan karena didorong oleh sejumlah motivasi yang mempengaruhinya secara individual supaya lebih bersifat tidak menyimpang.

Audiens Didefinisikan oleh *Channel* atau Konten

Audiens dapat diartikan sebagai konsumen media dan sebagai audiens (penonton, pembaca, pendengar, atau pemirsa) iklan tertentu. Dalam hal ini audiens adalah pelanggan yang membayar, konten yang dikirimkan kepengiklan per unit produk media dan dikenakan biaya yang sesuai. Dimana, bisnis media paling banyak berubah, untuk itu konten atau channel tertentu biasanya diistimewakan sebagai dasar untuk mendefinisikan audiens, terutama dalam penelitian yang terkait dengan industri. Audiens ini juga selaras dengan pemikiran pasar. Seperti: ada audiens dalam arti 'pengikut' atau penggemar serial atau serial televisi atau radio, yang tidak dapat diukur secara jelas. Ada juga audiens untuk film-film tertentu

hanya terakumulasi, dari waktu ke waktu dan jumlahnya yang sangat signifikan atau jangkauannya yang proporsional. Selain itu, konten juga sering diidentifikasi oleh audiens berdasarkan genre, biasanya dalam batas-batas media yang diberikan.

Tentang Global Radio FM 90.9Mhz

90.90fm Global Female adalah radio hiburan dan informasi untuk kalangan perempuan. *90.90 Global FM* didirikan di bawah manajemen PT Radio Global Nada Prima pada tanggal 19 Agustus 1999 dan mengudara sejak 20 Juni 2000 yang sekaligus menjadi Hari Jadi *Global FM*. Sedangkan siaran “Zao An Sishui” baru mulai mengudara sejak tahun 2005 dan sampai saat ini masih mengudara. Sekarang frekuensi *Global fm* menjadi 90.9 dan sampai saat ini, dengan format yang berbeda yaitu format *female* mengemas tentang masalah *Female* (Tips Edukasi dan Inspiration) oleh karena itu *Global fm* berpindah *Tag Line* menjadi *nine o point nine Global Female and Family Radio*. Seiring berjalannya waktu, pengembangan dengan penambahan konten terus terjadi, sehingga *Global Female* memiliki konten yang sangat beragam dengan fokus pada apa yang dibutuhkan perempuan, yakni hiburan (siaran musik), informasi (siaran kata) yang memberikan inspirasi, edukasi, serta motivasi pada perempuan dengan format *EASY LISTENING Radio*. Menghadirkan lagu *Adult Contemporary* Barat-Indonesia dan Mandarin yang dikemas secara proporsional dengan komposisi yang seimbang. Dengan motto *FAMILY RADIO IN SURABAYA*, radio ini mencoba memanjakan *Adult Family* in Surabaya yang berusia 50 tahun keatas dan ingin menikmati lagu kesayangan yang mungkin punya kenangan tersendiri bagi mereka. Global radio memiliki visi dan misi:

Visi : Menjadi media perempuan yang informatif, inspiratif, edukatif, dan menghibur.

Misi : Menyajikan berbagai konten program yang informatif, inspiratif, edukatif dan menghibur untuk mewujudkan pemenuhan kebutuhan perempuan dalam hal pemberdayaan di segala bidang sehingga berdampak pada peningkatan kualitas kesejahteraan perempuan dan keluarga. (Global radio Fm)

Teori Motivasi

Menurut Gardner dan Lambert motivasi dibagi menjadi dua kategori, yaitu motivasi integratif dan motivasi instrumental. Motivasi integratif adalah sikap positif seseorang untuk menjadi bagian dari suatu komunitas berdasarkan tutur bahasa, sasaran dan budaya yang dituju. Seperti: seorang yang berketurunan Tionghoa mendengarkan siaran “Zao An Sishui” agar mereka tidak melupakan identitas mereka sebagai orang Tionghoa sedangkan seseorang yang bukan keturunan Tionghoa mendengarkan siaran “Zao An Sishui” supaya mereka dapat berbaur bersama orang Tionghoa. Sedangkan motivasi instrumental adalah perasaan seseorang bahwa mereka perlu mempelajari bahasa Mandarin sebagai sasaran untuk mendapatkan sesuatu yang penting buat kehidupannya, seperti seseorang belajar bahasa Mandarin supaya mereka mendapatkan pekerjaan yang baik atau pekerjaan yang bisa menjamin masa depannya (Kholid, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif karena tidak menggunakan prosedur-prosedur statistika. Dimana penulis sebagai instrument kecilnya terhadap penelitian kualitatif itu, berhubungan dengan pemahaman atas objek kajian, secara langsung tanpa melalui proses. Menurut Andi Prastowo (2016), penelitian kualitatif berawal dari pengamatan dan tidak menggunakan perhitungan secara kuantitas atau tidak berdasarkan perhitungan persentase, rata-rata dan berbagai perhitungan statistik lainnya.

Proses Pengumpulan Data

Sumber Data

Khalayak yang berusia 50 tahun keatas yang terdiri dari pria dan wanita. Penulis memilih usia 50 tahun keatas, karena penulis melihat kebanyakan khalayak yang merespon dan *request* lagu pada siaran “*Zao An Sishui*” adalah khalayak yang berusia 50 tahun keatas. Kriteria lainnya adalah mereka sudah mendengarkan siaran ini selama minimal satu tahun, dengan intensitas minimal seminggu tiga kali.

Proses Pemilihan Narasumber

Melakukan observasi di Global Radio selama satu minggu. Dari hasil observasi ketika siaran “*Zao An Sishui*” didapatkan orang-orang yang memenuhi kriteria di atas. Penulis menanyakan informasi kontak dari orang-orang yang potensial sebagai responden kepada pihak penyiar. Lalu penulis menghubungi orang tersebut untuk memutuskan apakah orang tersebut berkenan dan dapat menjadi responden.

Pengumpulan Data

Penulis akan melakukan wawancara.Semi terstruktur, tujuannya agar penulis mendapatkan hasil yang lebih rinci tentang mengapa responden berminat dengan siaran “*Zao An Sishui*”. Selama proses wawancara penulis akan menanyakan, masalah yang berhubungan dengan penelitian penulis dan merekam seluruh proses wawancara.

Lalu hasil wawancara akan dipilih dan dikelompokkan, dikategorikan sesuai tema-tema yang ada di tabel di bawah ini. Ini adalah contoh tabel yang memuat hasil pengkategorian tersebut.

Tabel 2. Hasil Pengkategorian

Tema	Kategori	Sub kategori
Motivasi instrumental		
Motivasi integratif		
Sumber audiens		
Perkembangan audiens		

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Tabel di bawah ini merupakan hasil analisis. Tabel di bawah ini merupakan hasil proses pengkategorian transkrip wawancara.

Tabel 3. Hasil Proses Pengkategorian

Tema	Kategori	Sub kategori
Motivasi Instrumental	Belajar bahasa Mandarin	Dapat kosakata baru
		Supaya bisa berkomunikasi dengan orang lain
		Melatih pendengaran bahasa Mandarin
	Mendapatkan pengetahuan yang baru	Menambah wawasan tentang bahasa Mandarin
		Manfaat dan khasiat dari sayur-sayuran serta tumbuh-tumbuhan
		Bagaimana cara gaya hidup sehat
Motivasi Integratif	Mau menjadi bagian dari komunitas pendengar bahasa Mandarin	Supaya tidak melupakan asal-usul sebagai orang Tionghoa
		Agar terlihat keren
		Supaya bisa berbaur dengansesama orang Tionghoa
Sumber Audiens	Media	Penyiarnya bagus
		Siarannya membuat orang tertarik
		Lagu-lagunya menarik
		Waktu siarannya tepat
	Masyarakat	Masyarakat ingin siaran yang berbeda
		Semua siaran “Zao An Sishui” mengikuti perkembangan zaman
		Membuat grup WA
		Bersosialisasi dalam grup WA
		Minat terhadap mendengarkan lagu Mandarin

Perkembangan Audiens	Set gratifikasi audience	Minat belajar bahasa Mandarin
		Minat terhadap berita Mandarin
		Minat terhadap informasi kesehatan
	Medium audiens	Suka mendengar media radio
		Suka mendengar online <i>streaming</i>
	Channel audiens	Lagu-lagu Mandarin
		Berita Mandarin
		Informasi kesehatan
		Talk show

Karakteristik KhalayakPendengar Siaran “Zao An Sishui”

Setiap orang yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik dapat dilihat dari watak, sifat, pikiran, dan perilaku mereka keobjek yang dituju. Berikut adalah karakteristik pendengar dari hasil wawancara:

Orang-orang yang Suka Mencari Hiburan

Pendengar siaran “Zao An Sishui” adalah orang-orang yang suka mencari hiburan dengan mendengarkan radio. Biasanya dengan mereka mendengarkan lagu-lagu di radio, hati mereka bisa lebih tenang dan juga teringat kenangan masa lalu, karena siarannya dan lagu-lagunya sesuai dengan suasana hati mereka saat itu. Atau pada saat ada lagu baru yang enak di dengar, siaran “Zao An Sishui” sangat menghibur di kala mereka kelelahan bekerja, ataupun sedang di jalanan. Alasan ini yang membuat mereka suka mendengarkan siaran “Zao An Sishui”.

Orang-orang yang Ingin Mendapatkan Pengetahuan dari Siaran itu

Pendengar yang mendengarkan siaran “Zao An Sishui” adalah orang-orang yang ingin mendapatkan pengetahuan baru, seperti: pengetahuan tentang manfaat atau khasiat makanan, minuman yang bisa menyembuhkan penyakit dan juga dapat mengetahui tentang peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi seperti peristiwa yang sedang viral sekarang ini. Maka pendengar mendorong media untuk membuat sebuah konten yang menarik, supaya pendengar dapat terhibur. Seperti siaran radio “Zao An Sishui” membuat atau menyiarkan sebuah konten yang menarik serta menyajikan musik yang sesuai dengan minat para pendengar radio “Zao An Sishui”. Dengan demikian para pendengar tertarik dan ingin terus mendengarkan konten dan musik yang disajikan oleh program siaran tersebut. Sehingga para pendengar dapat merasakan bahwa konten dan musik yang disiarkan media tersebut sangat mengikuti perkembangan zaman dan memberikan pengetahuan baru buat para pendengarnya.

Orang-orang yang Suka Membentuk Komunitas

Dengan adanya grup *Whatsapp*, pendengar dapat dengan mudah menjalin silaturahmi dengan pendengar-pendengar lain yang ada di dalam grup *Whatsapp*. Bahkan sesama pendengar pun dapat menjalin pertemanan dengan teman-teman pendengar setia lainnya. Fungsi grup ini agar setiap pendengar setia dapat *merequest* lagu atau mengirim salam keteman-teman atau saudara mereka melalui chat di grup *Whatsapp*.

Orang-orang yang Mendengarkan Siaran melalui Media Radio

Siaran juga memiliki berbagai media untuk menyiarkan siaran tersebut, media-media yang dapat digunakan untuk mendengarkan siaran radio yaitu radio ponsel, radio mobil dan *streaming*. Pendengar siaran “Zao An Sishui” ini menggunakan berbagai media tersebut untuk mendengarkan siaran “Zao An Sishui”.

Orang-orang yang Minat dengan Channel dalam Siaran “Zao An Sishui”

Pendengar siaran radio “Zao An Sishui” pasti memiliki minat yang berbeda-beda terhadap *channel* siaran yang didengarkan olehnya. Ada banyak *channel* dalam siaran “Zao An Sishui” seperti *channel* berita Mandarin, *channel* lagu Mandarin, *channel* info kesehatan, dan *channel talkshow*.

ANALISIS

Responden siaran “Zao An Sishui” memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Mereka lebih senang mendengarkan radio untuk mencari hiburan, mendapatkan pengetahuan dan informasi-informasi menarik, membentuk komunitas, dan memilih *channel* yang mereka sukai dalam siaran tersebut. Dan mereka lebih banyak mendengarkan radio tersebut melalui radio ponsel dan *streaming* internet, kadang juga melalui radio di mobil saat mereka bepergian. Ketertarikan mereka terhadap siaran “Zao An Sishui” adalah karena lagu-lagu dalam siaran tersebut bagus dan tepat dengan perasaan mereka.

Motivasi Khalayak Pendengar Meminati Siaran “Zao An Sishui”

Mayoritas pendengar siaran “Zao An Sishui” adalah wanita berusia 50 tahun keatas dan ada juga pria yang berusia sama. Melalui hasil wawancara, kita dapat mengetahui ternyata responden siaran radio “Zao An Sishui” termasuk dalam dua kategori motivasi yaitu motivasi instrumental dan motivasi integratif. Dari 15 responden yang diwawancarai, penulis menemukan ada 10 responden yang termasuk dalam motivasi instrumental dan ada 2 responden yang termasuk dalam motivasi integratif, serta 3 responden lainnya tidak termasuk dalam motivasi instrumental dan integratif. Dimana motivasi instrumental itu adalah perasaan seseorang bahwa mereka perlu mempelajari bahasa Mandarin sebagai sasaran untuk mendapatkan sesuatu yang penting buat kehidupannya, sedangkan motivasi integratif adalah sikap positif seseorang untuk menjadi bagian dari suatu komunitas berdasarkan tutur bahasa, sasaran dan budaya yang dituju, dimana motivasi integratif ini memiliki pengaruh besar dalam menangkap, atau menghasilkan kata, bahasa dalam berkomunikasi.

Motivasi Instrumental

Yang termasuk motivasi instrumental adalah seperti: responden 1A, karena dengan mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*” berarti pendengar bisa mendapatkan pengetahuan baru tentang lagu-lagu Mandarin dan info kesehatan seperti pengetahuan tentang minuman atau makanan apa yang berkhasiat untuk menyembuhkan penyakit lalu pengetahuan tentang peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi di dalam negeri atau di luar negeri dan pengetahuan tentang lagu-lagu Mandarin seperti: lagu Mandarin yang disiarkan menceritakan tentang apa lalu lagu ini termasuk dalam lagu apa.

Responden 2A mengatakan, mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*” berarti pendengar dapat melatih *listening* tentang penggunaan kata-kata bahasa Mandarin seperti mendengarkan sebuah percakapan bahasa Mandarin. Responden 2B mengatakan, karena siaran radio “*Zao An Sishui*” memberikan banyak pengetahuan baru dan hiburan seperti: pengetahuan tentang hal-hal yang sebelumnya pendengar tidak tahu tetapi setelah dijelaskan dalam radio tersebut pendengar menjadi tahu, misalnya pengaruh wabah virus Covid-19. Dulunya pendengar belum paham dengan cara kerja virus ini. Setelah pendengar mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*” barulah pendengar tahu dan mengerti sehingga pendengar menjadi termotivasi dengan siaran “*Zao An Sishui*”.

Selain itu, responden 4A berpendapat, siaran “*Zao An Sishui*” memberikan banyak informasi penting seperti: informasi tentang berita terkini atau tentang bagaimana cara agar kita bisa tetap sehat bugar selama masa pandemik ini. Informasi-informasi semacam ini membuat pendengar menjadi termotivasi untuk mendengarkan informasi penting tersebut.

Di sisi lain, responden 4B, 9A dan 10A mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*” karena berarti pendengar dengan mudah belajar Bahasa Mandarin, dengan mendengarkan siaran berita “*Zao An Sishui*”, maka secara tidak langsung pendengar sudah belajar bahasa Mandarin. Dengan mendengarkan penyiarannya membawakan acara menggunakan bahasa Mandarin, maka pendengar sekaligus belajar bagaimana cara penggunaan kata-kata bahasa Mandarin di dalam kalimat. Responden 7A juga mengatakan, dengan mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*” berarti pendengar bisa belajar pelafalan dan nada bahasa Mandarin yang standar, karena bahasa Mandarin mereka bercampur dengan dialek Jawa dan nada pengucapannya juga tidak selalu benar. Ini diperkuat oleh pendapat responden 5A, bahwa melalui mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*”, pendengar bisa belajar Bahasa Mandarin dan bisa belajar tentang kesehatan, seperti bagaimana cara gaya hidup sehat di dalam masa pandemik ini.

Sedangkan responden 6A mengatakan, dengan mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*”, Pendengar dapat belajar cara berkomunikasi yang sopan dengan orang-orang Tiongkok dan juga dapat menjadi perantara buat orang-orang Tiongkok yang datang ke Indonesia untuk orang-orang sekitar.

Motivasi Integratif

Motivasi responden 5B dan 8A termasuk dalam motivasi integratif karena mendengarkan siaran “*Zao An Sishui*” itu agar dapat terlihat keren seperti orang Tionghoa yang fasih dan tidak melupakan asal usul budaya. Maksudnya, dengan apa yang disiarkan oleh siaran “*Zao An Sishui*” tersebut, pendengar mau belajar tentang budaya Tiongkok agar pendengar tidak lupa dengan asal usul budaya

Tionghoanya, sebab sekarang ini sebagian besar orang-orang Tionghoa di Indonesia sudah mulai melupakan budaya Tionghoa.

ANALISIS

Sebagian besar motivasi pendengar termasuk dalam motivasi instrumental, karena mereka kebanyakan mendengarkan siaran “Zao An Sishui” ini untuk mendapatkan pengetahuan atau info-info terbaru tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi. Ada juga yang mendengarkan siaran “Zao An Sishui” untuk melatih pendengaran mereka, seperti: penggunaan kata-kata bahasa Mandarin dan mendengarkan sebuah percakapan bahasa Mandarin bagi yang belajar bahasa Mandarin. Meskipun demikian, ada sedikit dari pendengar yang termasuk dalam motivasi integratif karena mereka mendengarkan siaran “Zao An Sishui” ini agar terlihat keren, dan ada juga yang mendengarkan siaran ini agar tidak melupakan asal usul budayanya.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, mengetahui bahwa khalayak pendengar siaran “Zao An Sishui” memiliki karakteristik dan motivasi yang berbeda-beda saat mendengarkan siaran radio “Zao An Sishui”. Karakteristik yang dimiliki terbagi atas enam yaitu : khalayak pendengar yang menyukai hiburan, pendengar yang ingin mendapatkan pengetahuan dari siaran itu, pendengar yang ingin membentuk komunitas, pendengar tertarik mendengarkan siaran “Zao An Sishui” melalui radio mobil atau *streaming*, dan pendengar yang suka dengan *channel-channel* dalam siaran radio tersebut. Sedangkan motivasi mereka juga berbeda-beda. Ada yang termotivasi mendengarkan siaran radio “Zao An Sishui” karena mendapatkan pengetahuan tentang lagu-lagu Mandarin, info kesehatan, melatih *listening* dan mendapat kosakata baru, serta untuk belajar bahasa Mandarin. Dan agar tidak melupakan asal usul mereka sebagai orang Tionghoa.

DAFTAR PUSTAKA

- Bremen, L. (2016). Politics, Civil Society And Participan. Media And Communications A Transforming Environment, from https://www.researchgate.net/publication/305602766_Politics_Civil_Society_and_Participation_Media_and_Communications_in_a_Transforming_Environment_2016
- Gauntlett, D. (2002). *Media, Gendre And Identity*. oxfordshire: use and canada.
- Global Radio FM 90,90MHZ (Stasiun Radio) Surabaya
- Kholid, i. (2017). *Motivasi Dalam Pembelajaran bahasa Inggris* .
- M.ROMLI, A. S. (2009). *Dasar-dasar Siaran Radio*. BANDUNG : NUANSA.
- McQuail, D. (2009). *Mass Communication Theory 6th edition*. London: SAGE.
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perseptif Rancangan Penelitian* . sleman, jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Weedon, c. (2004). *Identity And Culture*. United Kingdom: Milton Keynes.

Wijaya, Teguh . (2007). Pengaruh Program Radio 'Good Morning Hardrocker"di Hard Rock fm Terhadap Minat Pendengar Radio Surabaya.(TA No.20010195/KOM/2007) unpublished undergraduate thesis, Universitas Kristen Petra ,Surabaya.

Zulianty, E. D. (2009). *Peran Radio Metta Dalam Memajukan Bahasa Mandarin dan Kebudayaan Tiongkok di Surakarta*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta